



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
**Actualizado a 20 de Oct- 2019**  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

1. HORIZONTE INSTITUCIONAL	
1.1 MISIÓN	
Misión Institucional	Misión del Programa
La Universidad de la Costa, CUC, tiene como misión formar un ciudadano integral bajo el principio de la libertad de pensamiento y pluralismo ideológico, con un alto sentido de responsabilidad en la búsqueda permanente de la excelencia académica e investigativa, utilizando para lograrlo el desarrollo de la ciencia, la técnica, la tecnología y la cultura.	Formar profesionales integrales con capacidad de plantear y desarrollar propuestas de Internacionalización viables para la transformación y comercialización de productos y servicios con enfoque innovador a mercados Globales con sentido idóneo, reflexivo, crítico, creativo, utilizando para lograrlo el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la cultura; conscientes de sus deberes profesionales, capaces de competir en un mercado regional, nacional e internacional
1.2 VISIÓN	
Visión Institucional	Visión del Programa
La Universidad de la Costa, tiene como visión ser reconocida por la sociedad como una institución de educación superior de alta calidad y accesible a todos aquellos que cumplan los requerimientos académicos.	Seremos un programa posicionado en el ámbito nacional e internacional, reconocido por su compromiso con la sociedad, formando profesionales integrales con alto grado de sensibilidad social, que respondan a los retos de la Globalización, que impacten en organizaciones, trabajadores y comunidad en general, asegurando una formación humanística e interdisciplinaria apoyada en los pilares de la investigación.
1.3 VALORES	
<p>Excelencia: Entendida como el compromiso de la Institución en mantener unas condiciones de alta calidad en sus procesos académicos, administrativos y financieros.</p> <p>Civismo: Entendido como el comportamiento respetuoso de la comunidad universitaria con las normas de convivencia ciudadana.</p> <p>Respeto: Entendido como el reconocimiento del valor propio, de los demás y del entorno.</p> <p>Servicio: Se entiende como la disposición de los miembros de la comunidad universitaria para atender las necesidades de la sociedad.</p> <p>Compromiso Social: Entendido como la responsabilidad que tiene la Universidad de promover acciones que contribuyan al desarrollo sostenible.</p> <p>Comportamiento Ético: Entendido como el conjunto de acciones de los miembros de la comunidad universitaria que reflejan la filosofía institucional.</p> <p>Trabajo en Equipo: Entendido como la contribución articulada de los miembros de la comunidad universitaria al logro de los objetivos institucionales.</p>	
2. PERFILES	
2.1 PERFIL DEL DOCENTE	



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
**Actualizado a 20 de Oct- 2019**  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Profesional en área de Ciencias Económicas, con Maestría o Doctorado en el área de formación en Negocios Internacionales o a fines; Nivel de Inglés mínimo B1; Experiencia en docencia universitaria mínima de tres (3) años; Experiencia mínima de tres (3) años en el área profesional específica de los Negocios Internacionales; Experiencia en el desarrollo de procesos investigativos; Relaciones con el sector externo.

**2.2 PERFIL DE FORMACIÓN**

El profesional en Negocios Internacionales cuenta con unas competencias profesionales (genéricas y específicas) que le permiten abordar su profesión desde diferentes ámbitos. Posee el conocimiento de negocios para aplicarlo con capacidad analítica, crítica y propositiva en la toma de decisiones respecto a la creación, gestión y promoción de unidades productivas o negociaciones a nivel nacional e internacional. Está facultado para desempeñar el rol de negociador internacional con organizaciones competitivas que se encuentren comprometidas con el medio ambiente y promuevan la dignidad humana, partiendo del respeto por las creencias y el diálogo con otros como contribución a la construcción de una sociedad más equitativa y justa.

Competente para relacionarse e implementar planes de negocios internacionales que propendan por la innovación, la productividad y la competitividad.

**3. IDENTIFICACION DE LA ASIGNATURA**

Facultad: Ciencias Económicas	Programa: Negocios Internacionales			
Nivel de Formación:	Técnico ( )	Tecnólogo ( )	Pregrado (X)	Posgrado: E ( ) M ( ) D ( )
Nombre de la Asignatura: DIRECCION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Código: 13P33	Horas de trabajo Presencial: 48	Horas de trabajo independiente: 96	Total de horas: 144	Número de Créditos: 3
Área de formación: Economía		Prerrequisito:		

**3.1 JUSTIFICACIÓN**

La gerencia de negocios internacionales requiere para su exitoso desempeño, que sus protagonistas dominen los conceptos técnicos e instrumentales más recientes en materia de gestión, para la exitosa elaboración y desarrollo de sus planes de negocios. Las características actuales del mundo globalizado hacen que se presenten retos y situaciones nuevas que los actores deben enfrentar, además el cambio climático con todo lo que ello implica, presiona al mundo a tomar decisiones fundamentales de manera seria, que directamente influyen en los productos, servicios, procesos y formas de los negocios internacionales



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
 Actualizado a 20 de Oct- 2019  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

<b>3.2 COMPETENCIAS A DESARROLLAR</b>	
<b>Competencias genéricas</b>	<b>Competencia Específica</b>
Razonamiento cuantitativo Competencias Ciudadanas Lectura crítica Comunicación escrita Inglés	Analizar el contexto político, social, cultural, y económico en la dinámica de la globalización para la planificación de estrategias de negociación, la resolución de conflictos y la identificación de oportunidades, que permitan el desarrollo de procesos de negociación internacional.

<b>3.3 PLANEACIÓN UNIDADES DE FORMACIÓN</b>		
<b>Unidades</b>	<b>Horas presenciales:</b>	<b>Horas trabajo independiente:</b>
Introducción a la gerencia de negocios internacionales	16	32
Promoción al comercio exterior	16	32
Tendencias en el mercado internacional y Comercio Electrónico	16	32
<b>Tiempo total</b>	<b>48</b>	<b>96</b>

<b>3.3.1 UNIDAD No. 1 Introducción a la gerencia de negocios internacionales a través de estudios de caso</b>	
<b>Elemento de Competencia</b>	<b>Indicadores de desempeño</b>
Reconocer las principales estrategias de internacionalización de los países, así como ser capaz de aplicarlas a los contextos específicos con propósitos competitivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las estrategias de internacionalización que pueden ser implementadas</li> <li>• Comprender el papel de los gerentes en la toma de decisiones internacionales.</li> <li>• Integrar el concepto de competitividad y sus implicaciones en la era de la globalización.</li> <li>• Aplicar las estrategias disponibles a los casos específicos, de acuerdo con las características contextuales.</li> </ul>

<b>3.4 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>
-----------------------------------



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
 Actualizado a 20 de Oct- 2019  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
La Internacionalización de las empresas; Empresa exportadora, multinacional, global y trasnacional.	Análisis, apropiación y aplicación de lecturas complementarias sobre el tema.	Lecturas sobre los temas a tratar en clase en español y segunda lengua, para desarrollar la capacidad de comunicación en	Foro “los países emergentes”
Introducción a las estrategias de gestión Internacional (Estudios de casos) y análisis de ambiente para posicionamiento competitivo	Exposiciones sobre cada caso	segundo idioma, abstracción, análisis y síntesis, capacidad crítica y autocrítica, conocimientos sobre el área de estudio y profesión, habilidades de manejo de las TIC's. .	Análisis de casos <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corea del Sur</li> <li>- Malasia</li> <li>- Xiaomi</li> <li>- Alibaba</li> </ul>
Competitividad Internacional de la Empresa.	Mesa redonda sobre el tema en desarrollo.		Estudio de caso sobre la Logística Internacional- Caso Panela
Países con estrategia: Malasia 2020; Nuevo Imperio Chino; Los Tigres Asiáticos; e India	Debate dirigido sobre las estrategias de internacionalización implementada por los países en estudio		Participación en la elaboración de mapa mental en clases sobre la planeación de la compra para la toma de decisiones de acuerdo con los términos de Negociación



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
**Actualizado a 20 de Oct- 2019**  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

4. RECURSOS EDUCATIVOS		
Equipos	Herramientas	Materiales
*Computador *Video Beam	*Plataforma *Tablero *Marcadores *Internet *Mesas para exposición	*Textos *Recursos bibliográficos *Libros
<b>REFERENCIAS:</b>  Bibliografía principal: <ul style="list-style-type: none"><li>• Araya, Arnoldo. El proceso de internacionalización de empresa. TEC Empresarial Vol.3, Ed.3, 2009. <a href="https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3202468.pdf">https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3202468.pdf</a></li><li>• Informe: “Global Competitiveness Index 2017–2018”      Guía de estudio de Casos del BID - <a href="https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6434/Pautas%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20Estudios%20de%20Caso.pdf">https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6434/Pautas%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20Estudios%20de%20Caso.pdf</a></li><li>• Hill, C. W. L. (2015). Negocios internacionales: Cómo competir en el mercado global (10a. ed.). Retrieved from <a href="https://ebookcentral.proquest.com">https://ebookcentral.proquest.com</a></li><li>• Cristóbal, C. G. (2014). Internacionalización, mercados y empresa. Retrieved from <a href="https://ebookcentral.proquest.com">https://ebookcentral.proquest.com</a></li></ul> Bibliografía complementaria: <ul style="list-style-type: none"><li>• Obstfeld, M. y Krugman, Paul. Economía Internacional: teoría y política del comercio internacional. Editorial Addison-Wesley Iberoamericana España, S.A.</li><li>• Jarillo, Jose Carlos y Echezarraga, Jon. (2001) Estrategia Internacional. México: McGrawHill.</li><li>• Arévalo Escobar, H., &amp; Muñoz Aguilar, R. (2017). Intersectoral agreements between Australia and Colombia from a framework of sustainable development. ECONÓMICAS CUC, 38(1), 37-54. <a href="https://doi.org/10.17981/econcuc.38.1.02">https://doi.org/10.17981/econcuc.38.1.02</a></li></ul>		



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
 Actualizado a 20 de Oct- 2019  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

<b>3.3.1 UNIDAD No. 2 Promoción al comercio exterior</b>	
<b>Elemento de Competencia</b>	<b>Indicadores de desempeño</b>
Emplear modelos y recursos para promoción al comercio exterior, analizando variables de entorno internacional para construir soluciones estratégicas para el mejor posicionamiento competitivo de las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce los aspectos fundamentales de los modelos de promoción y su implementación como estrategia de internacionalización.</li> <li>• Comprende la importancia de cada uno de los modelos y recursos de promoción al comercio exterior en el crecimiento de la empresa</li> <li>• Relaciona los modelos y recursos de promoción con las estrategias implementadas por los países</li> <li>• Aplica los modelos y recursos de promoción al comercio exterior, creando estrategias de acuerdo con el contexto para la promoción de la competitividad de la organización en nivel internacional.</li> </ul>

<b>3.4 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>			
<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL</b>	<b>ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE</b>	<b>ESTRATEGIAS EVALUATIVAS</b>
Zona Franca	Clase magistral sobre legislación vigente y beneficios al comercio exterior	Lecturas sobre los temas a tratar en clase en español y segunda lengua, para desarrollar la capacidad de comunicación en segundo idioma,	Taller de los temas vistos en clase.
Operadores económicos Autorizados	Taller práctico sobre las actividades que desarrollan los OEA		Participación en la elaboración de mapa mental en clases sobre los beneficios de los OEA



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
**Actualizado a 20 de Oct- 2019**  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

-Agencias de Aduana - Comercializadoras internacionales	Juego de roles	abstracción, análisis y síntesis, capacidad crítica y autocrítica, conocimientos sobre el área de estudio y profesión, habilidades de manejo de las TIC's	Quiz tipo Saber pro sobre las actividades que aportan a las operaciones de internacionalización las agencias de aduana.
-Plan Vallejo - Barreras Comerciales	Simulación		Técnicas para el análisis de casos. Caso Starbucks Caso café de Colombia Caso Nestlé Caso AKT Caso Alpina Caso Inditex Caso Pollo Campero Claro Catedra España Corona Restaurante brasileño ALSA Tecnología
-Instituciones de Financiamiento: BANCOLDEX	Análisis de casos		Elaboración de ensayo sobre el crecimiento económico de las pymes a través del apoyo del gobierno con los programas especiales

4. RECURSOS EDUCATIVOS		
Equipos	Herramientas	Materiales
*Computador *Video Beam	*Plataforma *Tablero *Marcadores *Internet *Mesas para exposición	*Textos *Recursos bibliográficos *Libros



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
**Actualizado a 20 de Oct- 2019**  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**REFERENCIAS:**

- John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan. Negocios Internacionales, Decima Edicion.
- TUGORES QUES, Juan. Economía Internacional e Integración Económica. Madrid: Ediciones McGraw Hill.
- TORRES GAYTAN, Ricardo. Teoría del comercio Internacional. México: Ediciones Siglo XX.
- SALVATORE, Dominick. Economía Internacional. Madrid: Ediciones McGraw Hill.

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

uitrigo, S., Duque, P., & Robledo, S. (2019). Corporate Branding: a bibliographic review. *ONÓMICAS CUC*, 41(1), 143–162. <https://doi.org/10.17981/econcuc.41.1.2020.Org.1>

**3.3.1 UNIDAD No. 3 Tendencias en el mercado internacional y el Comercio Electrónico**

Elemento de Competencia	Indicadores de desempeño
Ser capaz de reconocer las principales tendencias de internacionalización para mantenimiento de la competitividad internacional, así como aplicar el modelo de comercio electrónico para internacionalización en los contextos aplicables.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conoce las tendencias del consumo y el comercio a nivel internacional</li><li>• Comprende las principales tendencias del consumo mundial y en América Latina las nuevas tendencias del comercio mundial.</li><li>• Relaciona los conceptos básicos y las tendencias del comercio electrónico.</li><li>• Aplica las principales tendencias del consumo mundial y en América Latina</li></ul>

**3.4 ESTARTEGIAS DIDÁCTICAS**

CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
Nuevas Tendencias de comercio mundial	Juego de roles	Lecturas sobre los temas a tratar en	- Análisis de caso





**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
**Actualizado a 20 de Oct- 2019**  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Tendencias de consumo mundial y análisis de inteligencia competitiva internacional	Simulación	clase en español y segunda lengua, para desarrollar la capacidad de comunicación en segundo idioma, abstracción, análisis y síntesis, capacidad crítica y autocrítica, conocimientos sobre el área de estudio y profesión, habilidades de manejo de las TIC's	- Trabajo Aplicado
Comercio Electrónico	Investigación		- Ensayo - Trabajo de Investigación

4. RECURSOS EDUCATIVOS		
Equipos	Herramientas	Materiales
*Computador *Video Beam	*Plataforma *Tablero *Marcadores *Internet *Mesas para exposición	*Textos *Recursos bibliográficos *Libros
<b>Bibliografía básica:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de Naciones Unidas, "Evolución del sistema internacional de comercio y sus tendencias desde una perspectiva de desarrollo",  <a href="http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb64d5_es.pdf">http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb64d5_es.pdf</a></li> <li>- Informe Trendwatching 2018 de las tendencias de consumo</li> <li>- Informe de la Comisión de Regulación de comunicaciones "El comercio electrónico en Colombia, análisis integral y perspectivas"  <a href="https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf">https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf</a></li> </ul> <b>Bibliografía complementaria:</b> Sala de Consulta Especializada CUC.		



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04**  
**Actualizado a 20 de Oct- 2019**  
**DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Sitios Web**

<https://blog.realinstitutoelcano.org/la-globalizacion-en-2018-cinco-tendencias-clave/>

**Bibliografía complementaria**

Paredes-Chacín, J. (2017). Financial planning before the organizational perspective in cement companies of the Zulia State. *ECONÓMICAS CUC*, 38(1), 105-132.  
<https://doi.org/10.17981/econcuc.38.1.05>